

Projet de Développement Rural : **VALORISATION du ZOMI du MONO** Bénin



Fratelli dell'Uomo ONG – M. Paolo Segalla
Cirad, UMR Innovation – M. Bernard Bridier

Comé, 3 Mars 2010

SOMMAIRE

1. Contexte et justification du projet
 - 1.1 L'huile Zomi du Mono
 - 1.2 Contexte stratégique du projet
 - 1.3 Les organisations paysannes, acteurs du développement durable
 - 1.4 La palmeraie naturelle au Bénin et au Mono
 - 1.5 Autres interventions et complémentarité avec le projet
 - 1.6 Problèmes à résoudre par le projet et solutions
 - 1.7 Diagnostic des parties prenantes
2. Description de l'intervention
 - 2.1 Objectif global
 - 2.2 Objectifs spécifiques
 - 2.3 Résultats attendus
 - 2.4 Activités prévues
 - 2.5 Hypothèses et risques
3. Organisation, procédures et modalités d'exécution
 - 3.1 Moyens à mettre en œuvre
 - 3.2 Cadre institutionnel
 - 3.3 Procédures et modalités d'exécution
 - 3.4 Calendrier d'exécution
 - 3.5 Coûts et financement du projet
4. Faisabilité et durabilité
 - 4.1 Stratégie de soutien post-projet
 - 4.2 Technologie appropriée
 - 4.3 Protection de l'environnement
 - 4.4 Aspects socioculturels, femmes et développement
 - 4.5 Capacités institutionnelles et de gestion
 - 4.6 Viabilité économique et financière
5. Suivi et évaluation du projet
 - 5.1 Suivi du projet
 - 5.2 Evaluation
6. Conclusions et propositions

ANNEXES

Présentation de Fratelli dell'Uomo ONG

1. Contexte et justification du projet

1.1 L'huile Zomi du mono

En Afrique de l'Ouest, la transformation artisanale des produits alimentaires est une activité dévolue aux femmes, qui ont développé des savoir-faire souvent complexes et adaptés à leur situation de pauvreté. La transformation agro-alimentaire constitue une des bases des activités rémunératrices des femmes, dont l'importance n'est plus à démontrer pour l'équilibre des budgets des ménages et le développement et l'éducation des enfants. Souvent la mécanisation des opérations les plus pénibles entraîne une prise en main de l'activité par les hommes, et une éviction des femmes de leurs activités rémunératrices traditionnelles.

L'Afrique de l'Ouest possède de nombreux produits alimentaires originaux, élaborés artisanalement, qui contribuent à l'alimentation des villes et des campagnes. Ces produits locaux présentent souvent des limites dues à la pauvreté des moyens de production, à l'inefficacité des réseaux de commercialisation et à la carence de connaissances dans les domaines de l'hygiène et la sûreté des aliments. Aussi, ces produits originaux sont-ils supplantés dans les circuits de commercialisation modernes par des produits industriels « standards » répondant aux normes d'hygiène, mais ne présentant pas les caractéristiques de typicité recherchées par les consommateurs. Ces produits industriels, qui usurpent la notoriété des produits traditionnels et les évincent des marchés « modernes », privent ainsi les productrices traditionnelles de leurs ressources économiques.

L'huile de palme rouge « Zomi » du Mono connaît une certaine notoriété et elle est beaucoup appréciée au Bénin, dans les pays du Golfe de Guinée et dans la diaspora des migrants installée en Europe. Elle est appréciée pour son arôme et sa qualité et bénéficie d'ailleurs d'un surprix de l'ordre de 25-30% par rapport aux autres huiles rouges artisanales de la région, appelées « kolé » ou « kolò ».

Selon la saison, les prix au détail des deux huiles sur les marchés de Comé sont les suivants (FCFA, données moyennes des dernières années):

	Zomi		Kolo	
Période	0,75 l	1,5 l	0,75 l	1,5 l
Déc - Mai	400	800	300	600
Jui - Sep	800	1.500	600	1.200
Oct - Déc	500	1.000	350	750

Sce : Diagnostic rapide

La production du Zomi est réalisée de manière quasi-professionnelle par de nombreuses femmes du Mono. Ainsi, dans le village de Gadamé - commune de Comé - nous avons pu dénombrier pas moins de 90 ateliers de production. Les noix de palme utilisées pour cette production proviennent de l'exploitation de la palmeraie traditionnelle de variété Dura, qui,

au contraire de la variété « améliorée » Tenera, permet la production d'une huile rouge appréciée par les consommateurs. L'huile Zomi est caractérisée par une couleur rouge foncée et un parfum caractéristique. A la différence de l'huile rouge Kolo, la fabrication de l'huile Zomi est basée sur la transformation de noix fraîches - cueillies depuis moins de 72 heures - et sur l'activation de précurseurs d'éléments odorants contenus dans la noix.

Le procédé de production est très pénible et prévoit les phases suivantes¹:

- Égrappage des noix des régimes
- Cuisson des noix dans un tonneau
- Dépulpage des noix par foulage au pied dans un bassin en bois (tokpo)
- Ajout d'eau et brassage minutieux à la main de la masse, jusqu'à la séparation de l'huile des fibres
- Séparation des amandes par filtrage avec une passoire
- Séparation de l'huile et de l'eau par écrémage superficiel à la main
- Cuisson de l'huile dans un tonneau jusqu'à évaporation complète de l'eau, et séparation des fibres résiduelles par filtrage

A ce point on obtient l'huile standard nommé Kolo. Pour le Zomi le procès continue comme il suit :

- Prolongation de la cuisson de l'huile qui, à partir de ce moment, fait l'objet d'un brassage à feu doux presque continu
- Production du starter nommé « kakalinfiio », par pressurage manuel des fibres obtenues par filtrage pendant la première cuisson
- A un moment donné et bien avancé de la seconde cuisson, ajoute du kakalinfiio à la masse bouillante. La réaction dégage un arôme typique (Dans certaines zones, on ajoute à l'huile en cuisson un peu d'eau aussi, à plusieurs reprises)
- Presque à la fin de la cuisson, ajout d'un peu de sel
- A la fin, le produit est enlevé du feu et est laissé se refroidir, dans des bassines couvertes.

Tout particulièrement, le malaxage-défilage des noix de palme, qui s'effectue par foulage-piétinage, constitue un véritable goulot d'étranglement en raison de sa pénibilité mais aussi du temps passé. Ainsi en période d'abondance de noix - décembre / avril - la lenteur de cette opération ne permet pas de traiter les noix de palme dans les temps nécessaires pour élaborer l'huile Zomi; aussi les productrices ne peuvent-elles produire que de l'huile Kolo moins bien valorisée. De plus, cette opération est généralement pratiquée par des adolescents et des hommes jeunes, et ceux-ci préfèrent trouver d'autres activités moins pénibles et plus rémunératrices.

¹ Fournier S. et Autres: La Transformation artisanale de l'huile de palme au Bénin et au Nigeria. Cirad, Montpellier, 2001.

Le Zomi est complètement sec par absence d'eau, il présente une couleur typique rouge brulé, un arôme très fort qui rappelle le caramel ou le fumé, et il est plus fluide que le Colò. Ces caractéristiques sont aussi les indicateurs d'évaluation du Zomi sur les marchés. Selon les productrices, le Zomi peut garder ses caractéristiques de qualité, notamment son arôme, pendant 4-6 mois s'il est bien préparé et s'il est stocké hermétiquement.

En voulant estimer la production du Zomi de la région Mono, afin de pouvoir quantifier l'ampleur du projet et dans l'attente d'études spécifiques, nous devons considérer les dimensions et la productivité de la palmeraie naturelle, qui sont discutés plus en bas, et les taux moyens d'extraction d'huile qu'on trouve en bibliographie. Selon nos diagnostics de terrain, nous pouvons estimer que le Mono produit environ 5.000 tonnes d'huile rouge de type Zomi² chaque année.

La production de l'huile Zomi est pour la plupart saisonnière, touchant son maximum entre décembre et mars, quand on a la plus grande disponibilité de noix, et son minimum entre juin et septembre. La demande connaît pourtant de fortes variations de prix. Bien que le produit puisse se conserver plusieurs mois, les productrices n'ont pas les capacités techniques et financières de produire et stocker de l'huile pour approvisionner le marché toute l'année.

L'huile Zomi est vendue en vrac dans des bidons en plastic de 25 litres, ou dans des bouteilles plastic recyclées de 1,5 litre. Ce type d'emballage ne correspond pas aux besoins des nouveaux circuits de distribution (intérieur et à l'étranger). Aussi, l'huile Zomi artisanale n'est pas présente dans les supermarchés et les boutiques « formelles » de Cotonou et des autres villes du Pays, ni même à l'export. Dans le circuit international, on trouve au contraire de l'huile industrielle produite surtout au Ghana, en bouteille plastic et sous marque, qui utilise le nom Zomi mais qui ne correspond pas à ce que recherche le consommateur. L'importation de certaines de ces huiles a été arrêtée en Grande Bretagne et au Canada, car il s'agissait d'huile de palme raffinée à laquelle avait été ajouté un colorant rouge non alimentaire.

1.2 Contexte stratégique de référence du projet

La production d'huile de palme a été considérée comme le première ressource du Pays pendant longtemps, soit pour l'approvisionnement des marchés locaux, soit pour le commerce international. A partir de la période coloniale, la politique de développement de la palmeraie a connu plusieurs étapes, toutes orientées vers l'augmentation de la production agricole pour l'approvisionnement des grandes huileries :

- A. Aménagement de la palmeraie naturelle de variété Dura (années '20);
- B. Plantation de palmier de variété Ténéra en plantations individuelles (années '40);

² Ce donné est une estimation finalisée à comprendre quelle envergure peut avoir le projet et quel pourra être son impact par rapport au cadre général. Pendant la mise en place du projet, la production de la région fera l'objet d'études spécifiques.

- C. Bloc-plantations de Ténéré avec regroupement des parcelles et entretien collectif (années '50);
- D. Périmètres agro-industriels avec paysans organisés en coopératives à l'adhésion obligatoire et actions d'accompagnement (années 60-80).

A partir de la période de la démocratisation, et à la suite des résultats décevants des huileries industrielles, la stratégie de développement a encouragé les petites plantations privées, par la mise en place de pépinières privées de palmier Ténéré, et les petites huileries paysanne (années '90). Pendant cette période, toute une gamme d'outils et de machines appropriées a été développée, engageant institutions de recherche, entreprises et forgerons privés. En même temps, face aux résultats décevants des politiques de développement du palmier à huile, les politiques publiques se sont concentrées sur d'autres secteurs économiques, notamment le coton.

Il est important de noter que, après les années '20 du dernier siècle, la politique de valorisation du palmier à huile s'est toujours orientée vers un schéma de production « industriel » basé sur l'exploitation de la variété Ténéré et la mise en place de technologies modernes ; elle n'a jamais pris en considération la palmeraie naturelle de variété Dura qui caractérise le paysage de tout le Bénin méridional, ni les techniques paysannes de production d'huile, ni les produits les plus appréciés par la consommation locale. Pourtant l'huile rouge est consommée par toutes les populations autour du Golfe de Guinée, et la qualité Zomi produite artisanalement par les villageoises du Mono, est la plus appréciée sur les marchés au Bénin et ailleurs.

On peut rappeler ici les conclusions de l'étude macro-économique du Bénin réalisé par l'AFD en 2002 : « Face à la diminution progressive de l'excédent béninois en huile, et sans relancer de vastes programmes sectoriels dont on a vu les limites, il y a sans doute la place pour des appuis au secteur des oléagineux, afin de (i) satisfaire la demande locale alimentaire en huile rouge de palme (en favorisant l'installation de petites huileries « villageoises » dont le coût d'investissement est faible et dont la rentabilité s'accommode d'approvisionnements irréguliers) (ii) limiter les importations en provenance d'Asie (iii) promouvoir une certaine diversification des cultures, avec des aspects de sécurisation des revenus et de stabilisation environnementale pour les habitants des zones rurales. » (AFD, Direction de la stratégie, E. Fourman, 2002, Situation macro-économique du Bénin en 2002)

Ainsi, il est reconnu aujourd'hui que, compte tenu notamment des déficits pluviométriques récurrents dans le Sud du Bénin, les plantations béninoises ont des difficultés à concurrencer les productions de pays émergents (Malaisie, Indonésie, Brésil, etc.) sur les marchés internationaux des produits de base. Par contre, le Bénin dispose de ressources spécifiques - des palmeraies traditionnelles de variété Dura et des savoir faire - qui peuvent lui permettre de s'orienter vers la production de produits de qualité - huile rouge de qualité Zomi - capables de se différencier sur le marché.

Depuis les années 1990, on remarque partout dans le monde un regain d'intérêt pour les produits locaux de qualité, porteurs de l'identité et de la culture paysanne et respectueux de l'environnement, qui répondent aux exigences de la consommation locale, mais aussi des consommateurs urbains voire de marchés d'exportation. Une autre conception du développement rural se fait jour, qui se traduit par la mise en place d'activités, d'institutions et d'organisations nouvelles. Quelques signes de cette nouvelle démarche sont les suivants :

- La mise en place au niveau Européen d'un système pour la reconnaissance et le contrôle des produits de qualité et du terroir, à travers les marques IGP et DOP. Aujourd'hui, plusieurs centaines de produits ont été reconnus en Europe, et représentent l'excellence de la production alimentaire du continent;
- L'Organisation Africaine de la Propriété Intellectuelle, sise à Yaoundé, a pour mandat la reconnaissance des droits intellectuels dans 16 Pays Africains. Elle s'est aussi engagée dans une démarche pour la reconnaissance de produits de terroir africains, avec l'appui de plusieurs bailleurs de fonds internationaux, et notamment du Gouvernement Français;
- De nombreuses institutions paysannes et fondations se donnent pour objectif de valoriser l'alimentation de qualité, la culture paysanne, l'agriculture conservatoire. Elles jouissent aujourd'hui du support de grands secteurs de la société civile mondiale. Parmi elles, on peut citer: Via Campesina; le réseau des Seeds Savers; la fondation Slow Food; etc.;
- De nombreuses études, cours de formations, séminaires, concernant l'agriculture de qualité, d'origine et du terroir, ont été réalisés et sont en cours de réalisation dans les universités et les centres de recherche de tout le monde.

Selon ces acteurs de développement rural et leurs supporters de la société civile, la valorisation de l'agriculture de qualité et du terroir serait la stratégie la meilleure pour :

- améliorer le niveau de vie des paysans, valoriser leur culture, maintenir la population dans le milieu rural et limiter l'exode vers les villes
- augmenter la sécurité alimentaire du monde rural et du Pays en général, et diminuer la dépendance de l'import
- conserver la biodiversité au milieu rural et sauvegarder l'environnement.

1.3 Les organisations paysannes, acteurs du développement durable

Jusque dans les années '90 les organisations paysannes étaient organisées sous le contrôle de l'Etat (dynamique exogène), essentiellement autour de productions comme le palmier à huile puis le coton. Il s'agissait d'organiser la production plus que les producteurs.

Suite à la conférence nationale et avec la mise en œuvre depuis 1991 de la politique de désengagement de l'Etat, les Organisations Paysannes qui n'étaient pas préparées à cela ont dû faire face à ce transfert de responsabilités. Depuis, les producteurs se sont organisés, et continuent aujourd'hui, en s'adaptant peu à peu au contexte national et international. Ils montrent leur détermination à prendre les responsabilités que l'on attend d'eux et de leurs organisations. Le mouvement paysan est aujourd'hui essentiellement endogène.

Globalement, on a assisté à une diversification du mouvement paysan avec la création d'organisations à envergure locale, régionale ou nationale dans les différents secteurs et espaces de l'agriculture et du monde rural. Ces organisations paysannes ont aujourd'hui plusieurs années d'expérience. Bien que toujours confrontées à des difficultés de budget et d'organisation, plusieurs d'entre elles sont désormais capables de représenter leurs adhérents face aux institutions gouvernementales et de travailler avec efficacité en partenariat avec des institutions internationales de développement. Elles disposent de cadres et techniciens formés et expérimentés, et s'appuient sur des réseaux locaux. Surtout, elles garantissent la continuité sur le long terme des processus de changement engagés avec le monde rural.

C'est dans ce contexte que les institutions internationales engagées dans le projet visent la mise en place d'accords de partenariat avec les institutions nationales, pour la mise en place du projet et pour garantir la durabilité des actions engagées.

1.4 La palmeraie naturelle au Bénin et au Mono

Les palmeraies naturelles du Bénin méridional peuvent être considérées comme des systèmes agricoles mixtes associant cultures vivrières et palmiers à huile, donc des agro-écosystèmes. Leur développement est dû à la politique de plantation engagée par les anciens rois d'Abomey et Porto Novo, au XIX^e siècle, pour satisfaire la consommation interne en matières grasses et pour exporter, notamment vers la France. Ce modèle agricole est connu sous le nom de « Palmeraie Jardin » ou « Palmeraie Parc ». Il caractérise tout le Bénin méridional, surtout les zones de Porto Novo, le plateau d'Abomey et la route Abomey-Ouidah, qui étaient historiquement les zones où l'influence de ces royaumes était la plus marquée³.

La palmeraie à huile du Bénin méridional a été créée à la suite du défrichement sélectif de la forêt, qui a laissé les palmiers naturels en place, et par leur mise en culture qui consiste essentiellement en:

- Eliminer les plantes concurrentes du palmier, soit par un entretien périodique, soit par la présence de cultures vivrières ;
- Repiquer les jeunes pousses de palmiers à une distance convenable, pour leur permettre de se développer correctement.

Il s'agit là d'une culture qui demande très peu de soins, et qui ressemble à une simple cueillette plutôt qu'à une culture aménagée. En conditions optimales, la palmeraie Jardin comprend entre 100 et 300 palmiers d'âge différent par hectare. Les plantations de faible densité permettent d'associer des cultures vivrières.

La palmeraie à huile joue un rôle très important dans l'économie des communautés rurales du Bénin méridional; elle garantit un revenu sûr tous les années, par la vente des régimes de

³ Dissou Machioudi: "Economie de la culture du palmier à huile"; Les Nouvelles Editions Africaines, Abidjan, 1988.

noix, et tient lieu de capital-sécurisation. En effet, en cas de besoin, le propriétaire peut mettre en gage sa palmeraie, ou l'abattre pour produire et vendre de l'alcool de palme, le Sodabi⁴. Les paysans du Bénin méridional attribuent à leur palmeraie une grande valeur, et dans la majorité des zones rurales la valeur du foncier dépend du nombre des palmiers en place. De plus, le palmier a une grande importance du point de vue culturel et spirituel.

Bien que la palmeraie soit présente un peu partout au Mono, le modèle classique de la palmeraie Jardin s'est peu développé, pour des raisons historiques et sociales. Le Mono se situe en effet en-dehors de la principale zone d'influence des royaumes locaux, et des réseaux commerçants, qui stimulaient la plantation. Surtout, l'association de palmiers et de cultures vivrières est caractéristique des zones à densité de population plus élevée que celles du Mono.

La palmeraie du Mono est caractérisée par trois modèles différents d'exploitation:

- A. La palmeraie en forêt est une plantation de palmiers de différents âges à une densité 100-200 arbres par hectare, qui constitue une forêt secondaire dégradée, normalement sans culture vivrière, dont la finalité est la production de régimes. Elle caractérise le paysage le long de la route Grand Popo - Athiémé – Lokossa et quelques dépressions dans la zone du lac Ahemé. Grâce à la présence de nombreux bas fonds, cette palmeraie est suffisamment productive, même dans une région à faible pluviométrie comme le Mono. Son extension est estimée à environ 20.000 has;
- B. La palmeraie de faible densité compte de 50-100 pieds ou moins par hectare, répartis dans un espace de type savane. C'est le modèle agro-écologique le plus important de la région ; on le trouve sur le plateau du Mono jusqu'à la dépression de la Lama; son extension est estimée à environ 50.000 has.
- C. La palmeraie vignoble, d'une densité de 500 pieds à l'hectare ou plus, a surtout pour finalité la production d'alcool de palme (Sodabi). Elle se développe par « tache de léopard » dans le paysage du plateau, et se retrouve surtout entre Bopa et Lobogo. La forte proportion de jeunes palmiers est un indicateur de la dégradation de la palmeraie vignoble, due aux difficultés économiques croissantes des populations.

La production des palmeraies Dura est évaluée dans la bibliographie à environ 3 tonnes de noix par hectare ou plus, pour une palmeraie bien aménagée et en bonne santé⁵. Dans l'attente d'études spécifiques, nous estimons grossièrement la production du modèle A à 1,5-2 tonnes de noix par hectare, celle du modèle B à 0,5 tonnes de noix par hectare, et celle du modèle C comme négligeable. Aussi, la production de noix de variété Dura dans le Mono pourrait être estimée entre 50.000 et 100.000 tonnes de noix par an. Aux disponibilités locales il faut ajouter les noix Dura importées de l'Atlantique et du Zou, mais qui ne seraient pas utilisées pour la production de Zomi, à cause de leur manque de fraîcheur.

Du point de vue de la saisonnalité de la production de noix de palme, on note :

⁴ Au Bénin l'extraction de la sève demande l'abattage du palmier, à cause de la faible pluviométrie qui ne permettrait pas son renouvellement rapide.

⁵ Dissou Machioudi, op. cit.

- une saison de haute production, allant de décembre à mars ;
- deux saisons de moyenne production, allant de mars à mai et de septembre à novembre ;
- une saison de soudure, allant de juin à septembre.

La production de noix et d'huile dans ces périodes suit la variation des prix de l'huile sur le marché.

1.5 Autres interventions et complémentarité avec ce projet

Mécanisation partagée

Le projet de création de CUMA au Bénin est né en janvier 1995, initié par l'association AFDI (Agriculteurs Français et Développement International) en collaboration avec la FDCUMA Dordogne, la Fédération Régionale des CUMA d'Aquitaine. Aujourd'hui (Sept. 2009), il existe 116 CUMA très actives, essentiellement dans le Borgou-Alibori et le Mono-Couffo, fédérées en trois structures faîtières : URCUMA du Borgou-Alibori et du Mono-Couffo, l'UNCUMA Bénin (Union Nationale des CUMA).

L'efficacité de la mécanisation partagée n'a pas échappé aux agriculteurs béninois qui manifestent un très fort engouement d'année en année pour s'organiser en CUMA (près de 80% des CUMA ont été créés ces quatre dernières années). D'autre part, les autorités béninoises ont retenu, le modèle CUMA comme un des éléments clés du Plan Stratégique de Relance de l'Agriculture élaboré en 2006 par le Ministère de l'Agriculture, de l'Elevage et de la Pêche (MAEP) et qui a débouché en 2007 sur le Programme de Promotion de la Mécanisation Agricole (PPMA).

Commercialisation du Riz

URP Mono est en train de gérer un projet de commercialisation du riz qui est produit dans la région. Ce projet concerne tous les producteurs membres de la région, qui peuvent adhérer sur une base volontaire, avec des quantités de produit qui sont décidées par eux-mêmes. Le projet a pour but l'augmentation du revenu des producteurs et la sécurisation alimentaire dans la région et dans le Pays. L'expérience de ce projet sera bien sûr utile pour l'étude et la mise en place d'une stratégie de commercialisation du Zomi.

Indications géographiques

L'organisation africaine de propriété intellectuelle met en œuvre un projet pilote pour la reconnaissance des indications géographiques dans les 16 pays de son mandat. Ce projet a vocation de mettre en place les institutions, les organisations et les procédures à l'échelon national et international pour la reconnaissance des IG, et d'engager des travaux sur au moins 8 produits pilotes. Ce projet de 24 mois (démarrage en mars 2010) recherchera les convergences avec les projets d'appui à la commercialisation des produits typiques africains. L'huile Zomi du Mono peut facilement s'intégrer dans un tel projet.

1.6 Problèmes à résoudre par le projet et solutions

Les problèmes de l'activité concernent aussi bien la production que la commercialisation :

Faibles capacités des productrices

Il doit être reconnu aux productrices leur savoir-faire dans le domaine de la production, car avec des moyens rudimentaires, elles arrivent à fabriquer un produit de qualité reconnu. Cependant, la majorité d'entre elles montrent des défauts de capacités :

- en termes d'analphabétisme, et difficultés de communication et d'expression
- en terme économique, elles ont de faibles capacités de négociation en face des intermédiaires et des commerçants
- en terme financier, car elles disposent de peu de ressources (épargne).

En tant que femmes, elles ont des obligations économiques et sociales, liées à leur statut, qui obèrent leurs capacités d'investissement dans une filière professionnelle.

Faible productivité et pénibilité du travail, notamment du malaxage-défilage

Les productrices s'accordent pour identifier le malaxage-défilage, réalisé par piétinage, comme un travail pénible et lent (en moyenne 2 heures pour un « batch » de 40 Kg de noix de palme, qui produiront 4-5 litres d'huile). De plus, ce travail est généralement opéré par des jeunes hommes qui préfèrent s'adonner à d'autres activités moins pénibles et plus lucratives (moto taxi par exemple). Aussi, est-il de plus en plus difficile de trouver une main d'œuvre disponible pour ce travail. De plus la lenteur de cette opération limite la capacité à produire du Zomi en période de forte disponibilité des noix.

Les tonneaux actuellement utilisés pour la cuisson des noix ou de l'huile, qui sont des tonneaux pétroliers recyclés, montrent aussi des limites importantes. Le feu ouvert pour la cuisson entraîne des mauvaises conditions de travail surtout dans la phase de cuisson de l'huile, qui demande un brassage presque continu, et donc une proximité avec le feu et la fumée, pendant plusieurs heures. De plus, il y a des risques de sécurité liés au feu ouvert. S'agissant d'une activité féminine, les ateliers sont toujours fréquentés par de nombreux petits enfants, et le feu est l'une des causes principales d'accidents domestiques. De plus, la consommation de bois est élevée, et son coût tend à augmenter dans le coût final du produit.

Difficultés de production et stockage de l'huile « zomi » en période de forte production de noix de palme.

La variabilité saisonnière de la production de noix de palme et d'huile Zomi ne permet pas de fournir en quantité constante le marché tout au long de l'année. Les productrices n'ont pas les capacités financières de stocker leur produit.

Difficultés de gestion de la qualité dans la filière – qualité générique et spécifique

La vente en vrac de l'huile Zomi ne permet pas de contrôler la gestion de la qualité tout au long de la filière, aussi bien du point de vue sanitaire que sensoriel. Certains intermédiaires sont accusés de « coupage » de l'huile Zomi avec d'autres huiles rouges de moindre qualité.

Difficultés à intégrer les nouveaux circuits de commercialisation,

Les nouveaux circuits de commercialisation qui se mettent en place - supermarchés, boutiques de station essence - mais aussi le marché à l'export régional ou international demandent des conditions d'hygiène, de garantie de la qualité et de reconnaissance du produit qui ne peuvent être assurées actuellement. Il s'agit de passer d'une convention de qualité domestique à une convention de qualité industrielle, du rapport interindividuel à une certification.

Absence de maîtrise du marché de l'huile Zomi

Dans le Pays il n'y a pas d'expérience de commercialisation d'huile Zomi par des circuits modernes. Cependant, les classes moyennes urbaines connaissent très bien et apprécient l'haute qualité de ce produit. Concernant l'extérieur, la qualité Zomi est usurpée sur le marché à l'export par des huiles industrielles qui sont parfois raffinées et « rouges ».

Absence de reconnaissance des savoir-faire traditionnels

Les savoir-faire traditionnels mis en œuvre ne sont pas reconnus par les organismes de développement agricole, qui s'intéressent peu aux filières artisanales.

Faible valorisation de la palmeraie traditionnelle de variété Dura

La politique de développement de la filière huile de palme a exclusivement été orientée vers les plantations de variétés « améliorées » de type Tenera. La variété Dura est la plus adaptée à la fabrication d'huiles rouges, et à la petite exploitation qui caractérise le milieu rural du Bénin méridional⁶. Elle constitue une richesse dans la perspective de valorisation d'un produit de qualité spécifique comme l'huile Zomi.

Les solutions retenues pour aborder ces problèmes sont les suivantes :

Faibles capacités vs organisations de productrices

La création d'organisations de productrices permettra de palier une grande partie des défauts de capacités des productrices individuelles. Ces organisations seront intégrées dans les réseaux déjà existants, réseau régional des Cuma, Union Régional des Producteurs.

⁶ Paolo Segalla: Parmeriaie Jardin as a sustainable alternative for oil palm production. Indigenous Monitor and Development Monitor, Nuffic, La Haye, Mars 1999

Les Cuma sont des structures adaptées pour la gestion de matériel en commun : équipement de production, équipement de stockage, unité d'embouteillage. Elles pourront être les interlocuteurs des organisations de développement et des institutions de micro-finance.

Les organisations de base de productrices d'huile de palme Zomi, et leur organisation faîtière, auront pour tâche de définir un cahier des charges pour les productrices, stimuler les échanges de compétences, construire et gérer la marque commerciale, la qualité de ses produits, sa notoriété. Elles seront les actionnaires-sociétaires de l'entreprise commerciale à créer.

Faible productivité vs petite mécanisation

Plusieurs types d'équipements pour la production d'huile de palme sont disponibles sur le marché béninois. Ils sont produits par des ateliers de forgerons ou par des petites usines plus ou moins modernes, tels que le Projet Songhaï de Porto Novo, ou le Nouvel Atelier Monseigneur Steinmetz de Ouidah. Dans la palmeraie du Mono, on trouve des malaxeurs-défibreurs mobiles avec une petite motorisation (moteur 4-6 CV), d'une capacité de 15 kg de noix environ, qui sont utilisés en prestations de services. Ce service est très recherché par les femmes, surtout en saison de forte disponibilité en noix. Il s'agit d'une activité très rentable pour le prestataire, et le retour sur investissement très rapide, de l'ordre de 2 années au plus.

D'après notre expérience, nous pouvons dire que la qualité du Zomi dépend essentiellement de la qualité des noix et de la cuisson finale. Néanmoins, une étude rapide sera nécessaire pour vérifier l'innocuité du changement de procédé sur la qualité du produit. La proposition du projet est de lever le goulot d'étranglement du malaxage-défilage par l'utilisation d'un équipement mobile géré en « mécanisation partagée » par l'intermédiaire d'une coopérative d'utilisation de matériel agricole à l'échelon du village. Cette organisation permettrait donc aux femmes de conserver le contrôle de leur produit.

Le deuxième équipement qui peut être facilement amélioré est le tonneau pour la cuisson, des noix ou de l'huile. Le Nouvel Atelier Monseigneur Steinmetz de Ouidah a mis au point des cuiseurs à feu protégé avec une cheminée d'environ 2 m de hauteur, qui peuvent à la fois diminuer la consommation de bois de cuisson, améliorer les conditions de travail, augmenter la sécurité. Selon nos calculs, l'économie de bois réalisée, sur une période suffisamment longue d'utilisation, justifie l'introduction de cet équipement amélioré. Reste à voir son acceptabilité de la part des utilisateurs, compte tenu de son coût et de la perte de la production de coques charbon à partir des coques de noix de palme, réalisée dans la cuisson traditionnelle. L'introduction de ces cuiseurs améliorés aura donc une composante expérimentale.

Difficulté de commercialisation vs. commercialisation en bouteille sous la marque collective

Six petites unités d'embouteillage et d'emballage seront gérées sous forme de Cuma à l'échelon de chaque commune du Mono. Celles-ci permettront la traçabilité des huiles mises en bouteille jusqu'à l'atelier d'embouteillage. Les femmes productrices, membres des Cuma, remettent leur produit à l'atelier et reçoivent un paiement, qui correspond à une avance sur le prix final (calculé en fin d'année). Cette première avance est en cohérence avec les prix courant de marché au moment de la remise du produit. Les ateliers d'embouteillage gardent des stocks d'huile nécessaires à leur activité, mais qui, au cas la demande de bouteilles serait faible, comme par exemple au début de la promotion, peuvent donner lieu à une commercialisation en gros hors saison. Cette option garantira une augmentation de revenu aux productrices, par rapport à la vente traditionnelle, et le maintien du fond de roulement pour l'achat de l'huile de l'année suivante. Une fois la demande de Zomi en bouteille consolidée, le projet pourra augmenter les volumes commercialisés grâce à la mise en place de lignes de crédits warrantés auprès des institutions locales de microcrédit.

Une marque collective sera créée, propriété de l'Union Régionale des Producteurs du Mono, basée sur la définition du produit, d'un cahier des charges de fabrication et d'un guide de bonnes pratiques.

La commercialisation de l'huile Zomi en bouteille sous la marque collective sera effectuée par le bureau commercial du projet qui, au cours du projet, évoluera en une entreprise de commercialisation dont l'actionnariat sera détenu à terme par l'URP Mono Couffo et les productrices d'huile. L'entreprise commerciale gère d'une façon exclusive les ventes sous marque du Zomi, des bouteilles de tous les ateliers d'embouteillage et, s'il sera le cas, du Zomi vendu en gros en période de soudure. En ce qui concerne les bouteilles, Le projet vise les niches de marché suivantes :

- Les supermarchés de Cotonou et des autres villes du Pays, où font leur achats les classes moyennes urbaines;
- Certains supermarchés des villes principales des Pays voisins, notamment Togo, Nigéria et d'autres;
- Les marchés de l'alimentation ethnique en Europe et aux Etats Unis, où ils existent des communautés importantes d'expatriés de l'Afrique de l'Ouest, qui connaissent et apprécient le produit.

L'objectif du projet est de vendre, sur des marchés rentables, environ 200.000 bouteilles de Zomi du Mono dans les deux années de la première phase. Selon nos calculs, cela représenterait un petit pourcentage, autour du 2%, de la production annuelle du Zomi du Mono. Donc, le projet garde une caractéristique de projet pilote, mais il pourra facilement augmenter son impact après son terme, au fur et à mesure que se développera le marché du Zomi en bouteille. Etant donnée la rigidité de la demande des produits alimentaires de base, et l'effet incitatif que le projet et la promotion du Zomi en bouteille aura sur tout le secteur, nous estimons que le projet pourra jouer un rôle de levier pour tout le Zomi de la région, stimulant l'intérêt des consommateurs ainsi que les prix dans les circuits traditionnels.

Reconnaissance des savoir-faire traditionnels et de la palmeraie dura du Mono

Une série d'études sera menées pour identifier et caractériser le produit et les procédés (savoir-faire) dans leurs différentes variantes. Ces études seront menées dans différents domaines :

- historique-anthropologique-géographique
- technique des procédés, en considérant aussi les différentes variantes entre les zones
- chimique-nutritionnel-sensoriel
- commercial

Les études devront aboutir à des résultats très pratiques, finalisés pour la valorisation du produit notamment :

- A. Un guide de bonnes pratiques et la définition d'un cahier des charges propre à la marque commerciale « Zomi du Mono »
- B. La caractérisation et la qualification du produit afin d'élaborer un dossier détaillé qui puisse accompagner la demande de reconnaissance en tant que produit africain du terroir auprès de l'AOP
- C. La mise en place d'une stratégie commerciale adéquate

La marque commerciale « Zomi du Mono » (nom à confirmer) sera enregistrée par les institutions de propriété intellectuelle en place, et notamment le CE.NA.PI (Centre National de la Propriété Intellectuelle) qui est une structure de liaison avec l'O.A.P.I. (Organisation Africaine de la Propriété Intellectuelle). Cette marque permettra une protection commerciale du nom du produit sur le territoire des 16 Pays membres et, surtout, une reconnaissance plus facile du produit par les consommateurs. Le propriétaire de la marque sera l'Union Régionale des Producteurs du Mono et du Couffo – URP MC.

Le projet s'attachera aussi à obtenir la reconnaissance de l'indication géographique pour l'huile Zomi du Mono, en tant que produit africain de qualité. Cependant la réalisation de cet objectif dépend de la mise en route de cette démarche par les institutions ayant mandat pour octroyer ces reconnaissances, notamment un comité national d'agrément (à créer) et l'OAPI. Cette institution et ses bureaux de liaison nationaux sont à présent en train de développer le cadre institutionnel et les expertises nécessaires pour ce service. A la fin de la première phase du projet, le dossier « Zomi du Mono » devra être prêt à être présenté pour la procédure de reconnaissance et d'enregistrement.

La valorisation de l'huile Zomi permettra la création-stabilisation d'une rente de qualité qui permettra à la communauté des productrices de rentrer dans « le cercle vertueux de la rente territoriale », qui, à partir d'une meilleure rémunération du travail, permet des investissements concourant à l'amélioration du bien-être. De plus, ce cercle vertueux aura comme effet la stimulation de l'aménagement de la palmeraie naturelle du Mono.

1.7 Diagnostic des parties prenantes

Bénéficiaires directes

Les bénéficiaires du projet sont les femmes productrices de Zomi. Beaucoup d'entre elles, cette activité est leur principale activité génératrice de revenu. Dans certaines zones de Comé, il s'agit en effet de leur seule activité de rente, alors que dans d'autres zones elles se consacrent aussi à d'autres activités: l'élevage de porcs et de poisson à Grand Popo, la production de gari à Lokossa, les cultures maraichères dans les zones de bas-fonds, le petit commerce un peu partout.

Le groupe cible du projet est représenté par les femmes productrices qui ont déjà une orientation vers le marché, celles pour qui la production du Zomi est une activité de rente.

Comme les ressources du projet sont limitées, il est nécessaire que sa logistique soit à la mesure de garantir l'efficacité de l'action. Aussi les objectifs du projet sont quantifiés au terme de sa première phase, en termes de bénéficiaires directes et de nombre d'ateliers mis en place. Mais il faut se rappeler que le projet sera poursuivi après son terme par les institutions locales, qui travaillent durablement dans la région. De plus, tous les équipements sur la filière de production et de commercialisation du Zomi sont octroyés à crédit, ce qui permettra de continuer l'action auprès d'autres villages et d'autres bénéficiaires, au fur et à mesure des remboursements.

Toutes les communes du Mono sont intéressées par le projet. Pendant la première phase de deux années, qui fait l'objet du présent document, nous travaillerons dans 5 villages par chaque commune, soit dans 30 villages dans tout le Mono. Le choix des villages et des bénéficiaires se fera sur le terrain d'une façon participative. Bien que le projet soit concentré sur un nombre limité de villages, ceux-ci seront assez représentatifs des différentes zones, organisations sociales et modalités de production de la région.

Dans chaque village, le projet appuiera la création d'une Cuma de mécanisation, soit 30 au total. Dans chaque commune, le projet appuiera la création d'une Cuma d'embouteillage, soit 6 au total.

On considère une moyenne de bénéficiaires d'environ 20 femmes par Cuma de mécanisation. On considère une moyenne de bénéficiaires d'environ 100 femmes par Cuma d'embouteillage. Ainsi les femmes productrices de Zomi, bénéficiaires directes du projet pendant ces deux premières années, seront au nombre de 600.

Le projet veut surtout appuyer les femmes productrices, dont la production de Zomi est déjà orientée vers le marché, mais qui sont démunies et nécessitent un appui. Cependant, les grandes productrices, présentes en petit nombre dans la région, seront aussi intégrées dans le projet. Le nombre assez élevé et la répartition géographique de femmes productrices

engagées dans le projet, nous permet de légitimer le Zomi du Mono en tant que produit attaché à un territoire ; la formation délivrée stimulera vers le haut le standard de la qualité du Zomi à niveau régional.

Chaque femme du Mono peut rentrer dans le projet, par son adhésion au cahier des charges, à l'Organisation des Productrices ou à l'une des Cuma d'embouteillage. Tout en gardant son orientation vers le marché, le projet sera aussi ouvert aux femmes qui produisent seulement pour l'autoconsommation, particulièrement pour les volets de formation, de vulgarisation du cahier des charges, et de mise en place de l'OP.

Bénéficiaires indirectes:

- Toutes les femmes productrices d'huile Zomi du Mono
- Les producteurs de noix de palme de variété Dura du Mono

Maître d'ouvrage

Fratelli dell'Uomo ONG

(Voir fiche attachée)

Fratelli dell'Uomo Italie, www.fratellidelluomo.org, est née en 1969 à partir de l'expérience de Frères des Hommes, qui avait été créée en France en 1965. La dimension européenne de l'association, qui couvre aujourd'hui 4 pays (Belgique, France, Italie et Luxembourg) a été un élément important dans le développement des stratégies et des méthodologies de travail. L'association est à but non lucratif, laïque, et sans orientation politique.

Quelques éléments de fond de la philosophie de Fratelli dell'Uomo :

- a) Au Sud, partenariat avec ceux qui sont en train de construire leur futur
- b) Au Nord, sensibilisation sur les problèmes du développement
- c) Au Sud et au Nord, développement de parcours d'échanges d'expérience

En Afrique Fratelli dell'Uomo travaille actuellement au Sénégal, au Burkina Faso et en République Démocratique du Congo. Les axes centraux d'action sont les suivants :

- a) Développement rural : Cette thématique est développée sous différents aspects. Amélioration de la production agricole dans une optique de sécurité et souveraineté alimentaire ; diversification de l'économie rurale pour lutter contre l'appauvrissement des zones rurales et l'exode vers les grandes villes ; renforcement des organisations paysannes et de leur capacité de négociation avec les pouvoirs publics. Lutte contre la désertification, accès à l'eau, énergie solaire, co-développement, avec l'implication des communautés migrantes dans le développement de leur zone d'origine. Récemment une attention particulière a été donnée à la lutte contre le phénomène de la spoliation de la terre agricole.
- b) Problématique urbaine : Appui aux expressions de l'économie populaire et solidaire qui peuvent donner des alternatives aux groupes sociaux marginalisés des grandes villes

africaines : l'accès au crédit, la formation et le renforcement organisationnel sont les actions centrales de ce processus.

- c) Renforcement de la démocratie : Axe transversal qui se traduit par un appui aux organisations sociales pour qu'elles deviennent protagonistes des processus de décentralisation et augmentent leurs capacités de négociation avec les pouvoirs publics. Dans ce cadre, l'organisation d'échange d'expériences Sud-Sud et Nord-Sud est très importante.

Maître d'œuvre

Fratelli dell'Uomo Bénin

Fratelli dell'Uomo Bénin est en charge de l'implémentation du présent projet. Il agira en tant qu'antenne dans le Pays de l'ONG internationale Fratelli dell'Uomo, qui sera reconnue par le Gouvernement du Bénin. Elle disposera d'un bureau autonome et des moyens prévus par le projet, et elle agira sous la supervision et la responsabilité de Fratelli dell'Uomo Italie.

Autres intervenants

URP Mono-Couffo

L'URP –MC (Union Régionale des Producteurs du Mono et du Couffo) est membre du réseau FUPRO Bénin (Fédération des Unions des Producteurs du Bénin). L'URP-MC représente actuellement environ 45.000 producteurs de base dans la région. Elle est structurée en UCP (Unions Communales des Producteurs) dans chaque commune de la région. Elle présente aussi une structure en Directions Régionales et en Filières. A présent, URP présente 21 filières opérationnelles dans la Région, mais pas encore une filière spécifique pour la transformation d'huile de palme ou du Zomi. L'URP–MC a démontré a plusieurs reprises sa grande représentativité du monde rural de base, et sa capacité à conduire des changements positifs dans le milieu. Actuellement, URP-MC reçoit l'appui du réseau AgriCOD, et elle est le coordonnateur régional du programme Oscar de l'Union Européenne.

Le projet envisage la mise en place d'un réseau formel entre les productrices du Zomi de la région, qui sera elle-même une Organisation Paysanne, démocratique et représentative de toutes les femmes engagées dans le domaine. Cette OP, pour ses activités de terrain, pourrait être appuyée par la structure des UCP dans chaque commune de la région. L'OP Zomi pourra être rattachée à la Direction pour les Activités de Transformation des Femmes, qui est déjà en place.

UR des Cuma du Mono-Couffo

L'UR-CUMA/MC est une organisation professionnelle béninoise à caractère associatif visant l'amélioration des conditions de vie de ses membres. L'UR-CUMA/MC est une organisation faitière régionale composée des CUMA regroupant les producteurs agricoles et qui œuvre

pour la défense de leurs intérêts et la promotion de la mécanisation de l'agriculture de la région Mono-Couffo. A cet effet, elle organise, coordonne et harmonise l'ensemble des intérêts professionnels des Coopératives d'Utilisation de Matériel Agricoles (CUMA) de base. Elle a notamment pour objectifs de:

- servir aux organisations membres de cadre permanent de concertation et de relation,
- renforcer les capacités d'organisation et de gestion des CUMA membres
- apporter un appui technique à l'élaboration et à la mise en œuvre des programmes spécifiques aux CUMA membres,
- représenter les organisations membres aux plans régional et national,
- négocier avec les pouvoirs publics et les autres partenaires du développement agricole, suivre et capitaliser les différents programmes conduits au niveau des membres de l'Union Nationale des CUMA du Bénin.

L'UR-CUMA/MC réunit actuellement 11 CUMA de base, pour la gestion de tracteurs et matériel de labour.

CIRAD

Le CIRAD – Centre de Coopération Internationale en Recherche Agronomique pour le Développement, www.cirad.fr – est l'organisme français de recherche finalisée pour l'agriculture et le développement durable des pays du Sud. Les compétences de ses 900 chercheurs, présents dans ses laboratoires en France ou de façon permanente dans plus de 50 pays dans le monde, concernent :

- la plupart des productions tropicales - agricoles, horticoles, d'élevage et forestières,
- Un éventail complet de disciplines - depuis la génétique, l'agronomie, la télédétection, l'économie et la sociologie jusqu'à la technologie alimentaire et l'évaluation sensorielle.

Le Cirad dispose d'experts spécialistes des produits tropicaux et notamment sur la production de l'huile de palme. Le Cirad collabore depuis de nombreuses années avec les Institutions de recherches agronomiques béninoises, l'Institut de recherche agronomique du Bénin (INRAB), notamment sur la Station de Pobé, la Faculté des sciences agronomiques de l'Université d'Abomey-Calavi, et le Centre de recherche en nutrition et alimentation (CERNA).

En sus des thématiques purement techniques, le Cirad réalise des travaux sur l'analyse des filières de commercialisation et des organisations de producteurs. Ceux-ci l'ont amené à développer récemment des études et interventions sur contrats dans le domaine des marques, des labels et des Indications géographiques des produits d'origine en Asie (Indonésie, Inde, Laos, Thaïlande, Vietnam), en Afrique (Afrique de l'Ouest et du Centre, Afrique du Sud, Namibie, Tunisie) et en Amérique latine (Brésil, Costa Rica, Venezuela, République dominicaine).

Le Cirad a été un membre actif du projet européen Siner-GI (Strengthening International Research on Geographical Indications) et du projet Biodivalloc (Des productions localisées aux Indications géographiques : quels instruments pour valoriser la biodiversité dans les pays du Sud ?).

Centre Régional de Nutrition et d'Alimentation Appliquées (CERNA)

Le Centre Régional de Nutrition et d'Alimentation Appliquées (CERNA) est une institution régionale à caractère scientifique et technologique, créée et domiciliée à la Faculté des Sciences Agronomiques (FSA) de l'Université Nationale du Bénin (UNB) par arrêté préfectoral N° 143-95/UNB/SG/VR-CAA/SEOU du 21 Mars 1995.

La création du CERNA résulte de la volonté des chercheurs et techniciens travaillant notamment à la FSA/UNB, de renforcer et de valoriser les résultats de leurs travaux en nutrition et en alimentation à travers divers partenariats aux plans national, régional et international et de répondre plus concrètement aux nombreuses sollicitations de divers acteurs pour des conseils, des recherches, des actions de développement, des informations et des formations professionnelles. Le CERNA assure ainsi une interface indispensable entre la recherche et les entreprises agro-alimentaires.

Le CERNA compte actuellement 17 agents dont 14 personnels scientifiques et techniques. Parmi ses activités, le CERNA s'est engagé dans l'inventaire, l'évaluation et la valorisation des technologies traditionnelles de transformation des céréales, des racines et tubercules, des légumineuses, des oléagineux, des fruits et légumes. Il a développé des innovations techniques pour la production et l'emballage de produits alimentaires traditionnels afin de les rendre plus accessibles aux marchés urbains.

2. Description de l'intervention

2.1 Objectif global

Mieux valoriser et pérenniser l'activité de production d'huile de palme rouge «zomi» réalisée par les femmes productrices du Mono

2.2 Objectifs spécifiques

- 1) Renforcement des capacités des femmes productrices d'huile Zomi
- 2) Mécanisation du processus de fabrication
- 3) Dispositif de stockage et d'embouteillage de l'huile Zomi
- 4) Construction d'une marque collective
- 5) Commercialisation de l'huile Zomi dans les nouveaux circuits de commercialisation
- 6) Construction d'une Indication Géographique

2.3. Résultats attendus

- 1) Renforcement des capacités des femmes productrices d'huile Zomi
 - a. 30 Cuma de production, avec en moyenne 20 productrices membres, et 6 Cuma d'embouteillage, avec en moyenne 100 productrices membres, sont créées et fonctionnent
 - b. L'OP - Organisation des femmes Productrices d'huile Zomi fonctionne et fait partie du conseil d'administration de la marque collective et de l'entreprise de commercialisation
- 2) Mécanisation du processus de fabrication
 - a. 60 malaxeurs-défibreur mobiles ou fixes sont gérés par les Cuma (en moyenne, deux équipements par village)
 - b. 12 Cuiseurs améliorés de noix et d'huile sont en place (ce résultat prévoit une phase expérimentale de vulgarisation)
- 3) Dispositif de stockage et d'embouteillage de l'huile Zomi
 - a. 6 magasins de stockage et d'embouteillage de capacité totale de 100.000 litres fonctionnent. Ces magasins ont la fonction de stockage pour gérer la phase d'embouteillage. L'huile est remise au projet et une avance est payée aux productrices grâce au fond de roulement du projet. Le stockage se fera dans des tanks de une tonne, qui seront fermés hermétiquement jusqu'au moment de l'embouteillage ou de la vente.
 - b. 200.000 litres d'huile Zomi sont commercialisés dans les deux années (voir suite pour la commercialisation). L'huile stockée sera mise en bouteille et vendue selon le développement de la demande. En alternative, l'huile stockée sera vendue en gros pendant la période de soudure, avec le but de mieux rémunérer les productrices et

récupérer le fond de roulement, qui devra être disponible pour l'achat de l'huile de la saison suivante. Le projet s'est aussi engagé à créer des liaisons avec les institutions de micro - crédit en place, afin de permettre le financement de l'augmentation des volumes commercialisés.

- 4) Construction d'une marque collective
 - a. les caractéristiques physico-chimiques et sensorielles de l'huile zomi sont définies
 - b. le cahier des charges de fabrication et les bonnes pratiques sont suivies par les productrices qui vendent en bouteilles sous la marque collective
- 5) Commercialisation de l'huile Zomi dans les nouveaux circuits de commercialisation
 - a. Le bureau de commercialisation fonctionne, a construit un réseau de vente. Le bureau évolue vers une entreprise commerciale qui est autonome financièrement, déduisant de son activité de commercialisation ses coûts de fonctionnement
 - b. la marque est connue et les consommateurs ont confiance dans la qualité du produit
 - c. 200.000 litres d'huile Zomi sont vendus par l'entreprise commerciale, en bouteille et sous marque collective
- 6) Construction d'une Indication géographique
 - a. l'organisme de gestion de l'IG est créé et fonctionne
 - b. Le territoire est délimité. Le produit, le cahier des charges et les bonnes pratiques étant déjà définies pour la marque commerciale
 - c. le dispositif de contrôle est défini et fonctionne
 - d. le comité national donne son agrément
 - e. l'OAPI enregistre l'IG

2.4. Activités prévues

- 1) Renforcement des capacités des femmes productrices d'huile Zomi
 - a. 30 Cuma de production et 6 Cuma d'embouteillage sont créées et fonctionnent
 1. Sensibilisation des productrices dans la zone d'intervention
 2. Identification des membres des Cuma et des personnes en charge
 3. Procédure de création par dynamiques participatives
 4. Formation aux règles et principes d'URCuma Mono Couffo
 5. Rédaction et signature du document de création de chaque Cuma
 6. Elaboration participative d'une procédure de gestion des ateliers de stockage et d'embouteillage, y compris les critères d'évaluation du produit qui est remis aux ateliers par les productrices, et la démarche pour leur octroyer une avance sur le prix du produit
 7. Formation des personnes en charge de la gestion des Cuma
 - b. Association des femmes productrices d'huile Zomi fonctionne et fait partie du conseil d'administration de la marque collective et de l'entreprise de commercialisation

1. Sensibilisation au niveau de base et formation sur les Organisation Paysannes et sur les Unions des Producteurs.
2. Création des OP à l'échelon des communes, puis création de l'OP à l'échelon régional. Aujourd'hui, l'URP est structurée en 21 filières, 9 Conseils Régionaux des Producteurs Spécialisés et, parmi eux, le Conseil Régional des Femmes productrices, auquel la OP Transformation pourrait être rattachée.
3. Formation croisée et visites échange entre les productrices des différentes communes. La stratégie d'intervention sera étudiée pendant l'exécution du projet. A présent, l'expérience sur le terrain d'URP MC vise une formation en deux phases :
 - Une formation théorique et pratique par un formateur et une experte productrice
 - Une visite échange parmi les productrices des différentes zones
 - Dans le cadre du projet cette méthode devra être adaptée aux exigences du produit et, en particulier, tenir compte de la nécessité de l'élaboration d'un cahier de charge agréé par toutes les productrices.
4. Mise en place d'une démarche permanente de discussion, de décision et de contrôle au niveau de l'OP et au niveau supérieur, qui puisse intervenir sur plusieurs volets du projet, tels que :
 - Le produit, le marque commerciale, le développement de la filière
 - L'appui aux ateliers d'embouteillage
 - La commercialisation du Zomi
 - La pérennisation de l'action.

2) Mécanisation du processus de fabrication

- a. 60 malaxeurs-défibreurs mobiles sont gérés par les Cuma
 1. Identification des malaxeurs disponibles sur le marché de la construction locale
 2. Essai comparatif des différents types de malaxeurs identifiés
 3. Commande et suivi construction des malaxeurs
 4. Rédaction et signature du contrat de financement entre le projet et les Cuma
 5. Achat des malaxeurs par les Cuma
 6. Formation des conducteurs
 7. Fiche de suivi par équipement

Le projet suit la démarche et le modèle des Cuma, qui a été testé avec succès au Bénin, et qui garantit à la fois la bonne gestion, la durabilité et la reproduction de l'intervention.

- b. 12 Cuiseurs améliorés de noix et d'huile sont en place
 1. Identification des cuiseurs disponibles sur le marché de la construction locale
 2. Essai comparatif des différents types de cuiseurs identifiés
 3. Commande et suivi construction
 4. Achat des cuiseurs par le projet et mise en place
 5. Fiche de suivi par équipement
 6. Au cas où la Cuma bénéficiaire trouve intérêt dans le cuiseur, rédaction et signature du contrat de financement entre le projet et les Cuma

Pour ce volet aussi, comme pour le précédent, le projet suit la démarche et le modèle des Cuma, mais ce résultat prévoit une phase expérimentale préalable, pour vérifier l'intérêt des bénéficiaires vis-à-vis de cet équipement

3) Dispositif d'embouteillage et de stockage de l'huile Zomi

- a. n. 6 magasins de stockage et d'embouteillage, de capacité totale de 100.000 litres, fonctionnent.
 - 1. Location de 6 magasins, soit 1 par chaque commune du Mono,
 - 2. Comparaison des bouteilles disponibles sur le marché (intérieur, régional)
 - 3. Achat et installation des équipements dans les ateliers, c'est-à-dire : équipements de bureau, tanks de une tonne de capacité en plastique avec robinet, outils de remplissage, bidons, bouteilles, étiquettes, bouchons, etc.
 - 4. Formation des productrices et des personnes en charge sur la procédure de gestion de l'atelier, y compris la remise du produit, son évaluation, le stockage et l'embouteillage
 - 5. Acquisition du Zomi qui est remis par les productrices, leur paiement d'une avance, gestion du produit, embouteillage selon les instructions du bureau commercial
- b. 200.000 litres d'huile Zomi sont commercialisés dans les deux années
 - 1. Mise en place d'une procédure de communication efficace entre les ateliers et le bureau commercial
 - 2. L'huile stockée est mis en bouteille selon le développement de la demande de marché
 - 3. En alternative, l'huile est gardée dans les tanks et il est vendu en gros par le bureau commercial, pendant la période de soudure.

On envisage que pendant la première année une partie de l'huile soit vendue en gros, alors que pour la deuxième année tout le produit soit vendu en bouteille. Le projet vise la liaison avec des institutions de micro – crédit pour l'élargissement de l'action. Pour la méthode de commercialisation, voir supra.

4) Construction d'une marque collective

- a. les caractéristiques physico-chimiques et sensorielles de l'huile zomi sont définies
 - 1. Prélèvements et analyses physico-chimiques
 - 2. Focus groupes de productrices sur les attributs de qualité
 - 3. Formation d'un panel d'analyse sensorielle
 - 4. Caractérisation sensorielle des différentes huiles identifiées
- b. Le cahier des charges de fabrication et les bonnes pratiques sont suivies par les productrices qui vendent sous marque collective
 - 1. Caractérisation du procédé de fabrication et identification des variantes et de leurs effets
 - 2. Focus groupes de discussion des bonnes pratiques

3. Rédaction d'un guide de bonnes pratiques
 4. Formation des productrices aux bonnes pratiques
 5. Mise en place d'un système interne de contrôle du respect des bonnes pratiques de production, en liaison avec les responsables des ateliers d'embouteillage qui sont en charge d'évaluer la qualité du produit au moment de la remise
- c. Elaboration et test de la marque
1. Focus groupe pour élaboration de la marque « Zomi du Mono », de son logo et de son fonctionnement
 2. Test de la marque auprès des consommateurs
 3. Dépôt de la marque auprès du CENAPI
 4. Test de marché concernant emballage, prix, mode de distribution
- 5) Commercialisation de l'huile Zomi dans les nouveaux circuits de commercialisation
- a. Le bureau de commercialisation fonctionne, a construit un réseau de vente ; la marque est connue et les consommateurs ont confiance dans la qualité du produit ; 200.000 litres d'huile Zomi sont vendus par l'entreprise commerciale, en bouteille et sous marque collective
1. Etude approfondie du marché du Zomi. Cette étude a pour objectif de :
 - Identifier la segmentation du marché à l'échelle régionale et internationale, les circuits de commercialisation existants et potentiels, leur exigences réglementaires et commerciales
 - Définir une stratégie de marketing adéquate, y inclus la stratégie de promotion
 - La construction d'un réseau de commercialisation régional et international
 2. Mise en place de la stratégie commerciale
 3. Mise en place de la stratégie de promotion
 4. Organisation du séminaire national pour la promotion du produit, qui pourrait concerner (à mieux étudier en place): la sécurité alimentaire, les produits de qualité, l'importance de la consommation d'huile rouge pour la bonne santé, etc.
 5. Identification et liaison avec des entreprises de commercialisation dans les villes principales des Pays voisins, notamment Togo, Nigeria et d'autres
 6. Participation aux foires internationales en Italie, France, Etats Unis, et liaison avec des entreprises de commercialisation d'aliments « ethniques » dans ces Pays
- Au début du projet, la stratégie de vente est basée sur la production du premier atelier d'embouteillage mis en place, en tant qu'action pilote. Ensuite, l'action est élargie aux autres ateliers d'embouteillage, devenus opérationnels, au fur et à mesure de l'augmentation de la demande et de la reconnaissance du produit par les consommateurs.
- b. Le bureau commercial du projet évolue vers une entreprise commerciale
1. Création de l'entreprise avec un compte en banque autonome
 2. Formation à la gestion
 3. Mise en place du dispositif de surveillance et de contrôle
 4. Continuation des activités de commercialisation

6) Enregistrement d'une Indication Géographique

1. Etudes historiques et géographiques pour la délimitation de la zone de production
2. Soumission de la marque, du cahier des charges et de la délimitation à la commission nationale d'agrément (non existante à ce jour)

2.5 Hypothèses et risques

Les hypothèses importantes pour la réussite du projet, et les risques envisagés, sont les suivants :

Conditions générales

- possibilité d'exportation vers le Nigéria et le Togo. Les nouveaux circuits de distribution sont principalement présents dans les villes, aussi il apparaît primordial de considérer les villes proches du Nigéria et du Togo

Contributions ou mode d'action de tiers

- capacités des industries locales à fabriquer des malaxeurs adaptés et solides. Si ce n'est pas le cas, la fabrication pourra être réalisée au Togo ou au Nigéria
- possibilités de crédit pour multiplier l'action
- capacités des communes à fournir des locaux pour stocker et embouteiller. Dans le cas contraire, le projet, puis les CUMA loueront un entrepôt à un particulier
- réglementation pour l'export notamment au Nigéria et au Togo, mais aussi en Europe et aux Etats Unis. L'export dans la zone UEMOA ne devrait pas poser de problèmes réglementaires, par contre il faudra se plier aux standards demandés pour l'exportation dans d'autres zones
- Usurpation de la marque. En cas de succès du projet, la marque peut être usurpée par des productrices (ou usines) locales ou extérieures. Le projet devra être vigilant et, tout en essayant de trouver une solution amiable, pourra porter plainte devant la juridiction compétente.

Conditions spéciales pour commencer le projet

- le projet pourra commencer dès le recrutement du personnel prévu et l'acquisition des moyens de déplacement.

3. Organisation, procédures et modalités d'exécution du projet

3.1. Moyens à mettre en œuvre

Le projet sera géré par une institution avec personnalité juridique, qui est que Fratelli dell'Uomo ONG, sise au Bénin et reconnue par le gouvernement Béninois. Cela garantit au projet la nécessaire autonomie opérationnelle et la possibilité de travailler au mieux pour atteindre les résultats qui sont prévus. Fratelli dell'Uomo Bénin travaillera sous la supervision des institutions partenaires Européennes et en stricte liaison avec les institutions partenaires Béninoises. A la fin du projet, les activités du projet devront rentrer dans le cadre normal des activités des partenaires béninoises. Pour cela, une stricte liaison opérationnelle est prévue dès le début du projet, et une partie des cadres du projet sont en effet des membres des institutions partenaires détachés au projet.

3.1.1. Moyens humains

Le projet demande la mise en place d'une équipe Béninoise de grande expérience qui puisse gérer le projet, disposant des moyens adéquats. L'équipe sera autonome et les tâches de ses membres seront bien identifiées. Elle sera constituée comme suit :

- 1 Coordonnateur local du projet pour 24 mois ; Il coordonne toute l'activité du projet, et les relations avec les partenaires. Il représente le projet au niveau local. Cette personne a été identifiée pendant le design du projet
- 1 Responsable du volet Transformation pour 24 mois ; Cet agent sera embauché par l'URCuma MC et détachée au projet;
- 1 Responsable du volet Organisation Paysanne pour 24 mois ; Cet agent sera embauché par l'URP MC et détachée au projet;
- 1 Responsable du volet Commercialisation pour 24 mois ; Cet agent sera employé directement par FdU Bénin, puis par la nouvelle structure de commercialisation créée pendant l'exécution du projet ;
- 6 Responsables des ateliers d'embouteillage. Ils sont en charge de la réception de l'huile de la part des productrices, de l'évaluation de la qualité, du stockage et de l'embouteillage de l'huile Zomi
- Personnel de support pour 24 mois: 1 chauffeur; 1 secrétaire.

Le projet pourra mobiliser le personnel des partenaires locaux pour des missions bien définies, relevant de leur compétence.

La supervision du projet sera assurée par des missions techniques régulières, effectuées par FdU et CIRAD, pendant toute la durée du projet (8 Missions prévues).

Le projet portera une attention particulière à la formation des cadres du projet et des partenaires; ces formations se tiendront au Bénin ou dans des institutions Européennes telles que CIRAD, et concerneront des thèmes liés au projet.

3.1.2. Moyens matériels

Les moyens dédiés au projet seront limités. Il sera fait appel aux partenaires locaux pour de nombreuses prestations matérielles.

Les moyens logistiques dédiés au projet seront les suivants :

- Siège du projet, qui sera basé à Comé : location d'un local avec 3 bureaux et une salle de réunion/formation; après le terme du projet il deviendra une antenne des partenaires locaux du projet
- 1 Véhicule tout terrain pick up 4 portes ;
- Motos pour les responsables des volets du projet.

3.1.3. Moyens financiers

A) Fonctionnement et administration du projet

Les frais de administration, gestion, suivi du projet sont les suivants :

- Salaires et charges sociales du personnel dédié au projet
- Prestations du personnel des partenaires locaux engagés dans le projet : journées de travail et/ou frais de déplacement;
- Formation des cadres du projet ou des cadres des partenaires; ces formations se tiendront au Bénin ou dans des institutions Européennes tels que CIRAD, et concerneront des thèmes liés au projet ;
- Installation et fonctionnement du bureau du projet pour 24 mois ;
- Administration du projet pour 24 mois ;
- Fonctionnement du véhicule et des motos pour 24 mois ;
- Supervision et suivi du projet pour 24 mois ;
- 1 mission d'évaluation externe.

B) Frais opérationnels

B1) Organisation et formation des producteurs

Résultat n. 1. Organisation Paysanne de Transformation, Cuma et formation des membres

- Création et formation des Cuma et de l'Organisation Paysanne
- Formation des membres, y inclus indemnités aux bénéficiaires
- Rédaction et vulgarisation cahier des charges, y inclus indemnités pour participation des personnes ressources sur le terrain

B2) Investissements

Résultat n. 2. Mécanisation des procédés de transformation

- Achat de n. 60 dépulpeurs mobiles ou fixes
- Achat des n. 12 cuiseurs de noix et d'huile

Résultat n. 3. Ateliers de stockage et d'embouteillage

- Installation de 6 ateliers avec magasins, inclus petits équipements de bureau, petits équipements pour l'embouteillage (futs avec robinet) et pour le stockage des bouteilles
- Stock initial d'emballages et d'étiquettes (100.000)
- Tanks hermétiques de stockage (capacité 100.000 litres)
- Fond de roulement pour avance aux productrices qui remettent l'huile aux ateliers pour le stockage et l'embouteillage (100.000 litres au prix de marché de haute saison de production, qui est estimé 500 Fcfa/litre)
- N. 600 Bidons de 25 litres pour la collecte de l'huile

B3) Etudes

Résultats n. 4. et 6. Etudes du Zomi – Produit et procédé

- Stages Etudiant FSA/Cerna et CIRAD pour 6 mois
- Analyses chimiques-nutritionnelles
- Analyse sensorielle

Résultats n. 5. Etude du Zomi - Commercialisation

- Prestation Bureau d'Etude pour 6 mois (étude marché national, régional, international ; connaissance de leur exigences réglementaires et commerciales ; création de réseau de vente)
- Stage Etudiant CIRAD pour 6 mois

B4) Commercialisation

Résultat n. 5. Commercialisation et mise en place structure commerciale

- Création du réseau commercial et tests de marché
- Création de la marque commerciale (Cenapi), enregistrement de l'IG (Cenapi, OAPI)
- Promotion et publicité au Bénin et dans la sous région
- Création d'une structure commerciale
- Organisation Séminaire National et événements
- Participation aux foires internationales en Europe et aux Etats Unis

3.2. Cadre institutionnel du projet

Comme détaillé plus haut, les acteurs principaux, directement engagés dans la mise en œuvre du projet et leurs tache principales sont les suivantes :

Fratelli dell'Uomo Italie

Fratelli dell'Uomo Italie est l'ONG responsable de la supervision du projet et de la gestion des fonds. Depuis l'Italie, elle effectue l'administration des fonds et le suivi du projet. FdU Italie assure le suivi du projet, par un système efficace de monitoring, et par des missions périodiques de suivi.

CIRAD

CIRAD est engagé pour l'étude du procédé-produit et l'étude de la commercialisation du produit. Deux étudiants seront envoyés sur le terrain pour la durée de six mois, et ils travailleront en partenariat avec le personnel de la FSA/Cerna et le personnel du projet. CIRAD est engagé aussi dans le suivi du projet, surtout sur les études du produit et de sa commercialisation. Des missions périodiques de suivi sur le terrain sont prévues. CIRAD travaille en stricte liaison avec FSA/Cerna.

Fratelli dell'Uomo Bénin

Au Bénin, Fratelli dell'Uomo sera reconnue en tant qu'ONG internationale qui travaille dans le Pays, avec personnalité juridique. Elle ouvrira un bureau pour la gestion du projet. Compte tenu du niveau culturel et professionnel rencontré au Bénin, il n'y aura pas de personnel expatrié en poste. Tous les biens du projet seront la propriété de FdU pendant toute la durée du projet, et à sa fin ils seront donnés aux partenaires locaux. Le personnel du projet sera embauché directement par FdU, ou sera mis à disposition du projet par les partenaires locaux. Le coordonnateur local du projet a déjà été identifié. Pour son activité dans le projet il sera embauché directement par FdU.

URP MC

La contrepartie officielle du projet est URP-MC. Elle accompagne le projet dans chaque aspect et prends la relève de FdU après les deux années de mise en place du projet. URP-MC met à la disposition du projet une personne pour 24 mois, qui sera en charge du volet Organisation Paysanne, et qui sera payée par le projet. En plus, URP-MC met aussi à la disposition du projet son personnel de terrain (techniciens au niveau des UCPs, etc.), selon les nécessités du projet.

URCuma MC

Une deuxième contrepartie officielle du projet est URCuma-MC. Elle accompagne le projet dans les volets liés à la mise en place, à la gestion ou à l'amélioration des ateliers de transformation et d'embouteillage. Elle participe au projet, pour les volets relevant de sa compétence. URCuma-MC met à la disposition du projet pour 24 mois une personne, qui sera en charge du volet Transformation, et qui sera payé par le projet.

FSA/Cerna

FSA/Cerna est engagé dans l'étude concernant le procédé-produit, qui sera effectué par un étudiant du cours de formation supérieure pendant six mois. FSA/Cerna est aussi engagé pour la caractérisation du Zomi par les analyses chimiques, nutritionnelles, sensorielles du produit. De plus, FSA/CERNA sera engagé pour supporter et prendre partie au séminaire national qui est prévu par le projet. FSA/Cerna travaille en stricte liaison avec CIRAD.

Structure de commercialisation

Pour le volet commercialisation, le projet embauchera directement un jeune expert pendant 24 mois, et il constituera le bureau commercial du projet. Ce bureau pour son activité pourra s'appuyer, en plus que sur les partenaires, sur un bureau d'études qui sera contracté pour six mois pendant les deux années. Pendant sa mise en place, le projet vise la création d'une nouvelle structure commerciale, répondant aux exigences du marketing moderne. Aussi, le bureau commercial du projet évoluera vers une structure d'entreprise. Elle sera petite et dynamique, et sera spécialisée dans la commercialisation du Zomi. Cette structure devra travailler sur des bases de rentabilité et d'autonomie. Elle prendra le relais des activités du projet pour le volet commercialisation. Les sociétaires de cette structure seront FdU, URP MC et URCuma MC en partie égales. Dans une deuxième phase, FdU pourra sortir de cette structure, qui sera alors la propriété des partenaires Béninois du projet.

Organisation interne du projet

Le projet a une organisation interne assez simple, avec fonction de coordination et de contrôle de type direct. La gestion du projet est assez centralisée, de façon à maximiser son efficacité sur la courte période du projet. Le rapport avec les partenaires reste crucial, surtout pour la reprise des activités du projet par les partenaires locaux.

Pendant la mise en place, toute responsabilité sur le terrain revient à Fratelli dell'Uomo Bénin et à ses partenaires. Son action est appuyée et supervisée par Fratelli dell'Uomo Italie, qui gère le budget du projet et qui répond directement aux bailleurs de fonds. Pour la supervision du projet FdU Italie travaille en coordination avec Cirad.

Les acteurs du projet et leurs taches principales sont identifiés dans le tableau suivant :
(Superviseur = S Responsable = R ; Exécuteur = E ; Partenaire = P)

Fonction/Objectif/Activité	FdU Italie	Cirad	FdU Bénin	URP	UR Cuma	FSA Cerna	Consu ltants
Gestion du budget	R	P	E				
Etudes	P	R	E			P	P
Marques	S	S	RE			P	
Embouteillage	S	S	RE		P		
Mécanisation	S	S	RE		P		
Organisation Paysanne	S	S	RE	P			
Commercialisation	S	S	RE				P
Suivi Evaluation	RE	RE	P	P	P		

Parmi tous les partenaires, au début du projet il y aura une formalisation de l'accord de partenariat par la signature de conventions, indiquant rôles et responsabilités.

3.3. Procédures et modalités d'exécution

Dans cette section on discute certains aspects importants du projet, concernant la remise du produit aux ateliers, le stockage, l'embouteillage, la vente, le paiement du produit aux productrices, et la liaison entre ces fonctions

Chaque Cuma d'embouteillage est géré par un comité de gestion, dont la composition sera mise au point pendant la mise en place du projet, et dont les buts seront : i) maximiser le revenu pour les productrices et ii) pérenniser l'activité de l'atelier.

Chaque Cuma d'embouteillage programme chaque année avec ses membres productrices les quantités d'huile à fournir. Chaque productrice continuera à gérer directement sa production et pourra en livrer une partie à l'atelier pour le stockage et l'embouteillage. Cette partie fera l'objet de contrôle de qualité de la part du personnel de l'atelier. La quantité d'huile remise au projet et vendue sous marque devra augmenter avec le temps, suivant l'augmentation de la demande et l'accès du produit à de nouveaux circuits de distribution.

Le Zomi est donc destiné par le projet au stockage et à l'embouteillage avec étiquette. La phase d'embouteillage est coordonnée par le projet, qui guide l'activité des ateliers avec attention surtout à la demande de produit en bouteille de la part du marché. Les tanks de stockage des ateliers ont la fonction de poumon pour la phase d'embouteillage, mais si le marché de vente en bouteille n'est pas prêt pour l'écoulement de tout le produit, le bureau commercial peut décider de vendre en gros, toujours sous marque, afin de récupérer le fond de roulement et libérer ainsi les ressources pour financer la campagne suivante. En tout cas, c'est le bureau commercial du projet qui gère la commercialisation de ce produit.

A la réception de l'huile, l'atelier paye aux membres une avance qui est en cohérence avec le prix de marché ; elle représente une part importante du prix final. Cette avance est rendue possible grâce au fond de roulement du projet. A la fin de la campagne, les productrices reçoivent le solde. La marge commerciale sert à reconstituer le fond de roulement initial, à payer les coûts de commercialisation, et les investissements éventuels. Le prix final payé aux productrices est fixé par le projet, en accord avec l'OP Huile Zomi, les partenaires locaux et les comités de gestion des ateliers.

En plus du contrôle du produit effectué au moment de la réception de l'huile à l'atelier, les productrices de l'OP devront s'engager à rentrer dans un programme interne de bonnes pratiques et de contrôle des procédures de production, afin d'assurer leur conformité au cahier des charges.

Dans l'hypothèse où la totalité de la production des Cuma d'embouteillage serait vendue en bouteille sur le marché, le projet atteindra l'objectif de vente de 200.000 bouteilles de Zomi au bout de deux années. Naturellement, la période de démarrage sera plus difficile, car l'activité de marketing viendra juste de commencer, mais cet objectif pourra être atteint voire dépassé dans la deuxième année.

D'autre part, si la demande du produit est forte, le projet cherchera des ressources supplémentaires sur le marché du crédit, et pourra augmenter sa capacité d'achat auprès des membres et sa capacité de vente sous sa marque, en bouteille ou en gros hors saison. Cette orientation aura pour but de

- maximiser le revenu des productrices membres
- répartir les coûts de gestion des ateliers et du bureau commercial sur un plus grand chiffre d'affaires, afin de diminuer les coûts unitaires, et consolider la durabilité financière de l'activité.

3.4. Calendrier d'exécution

Le projet aura une durée de deux années pour ce qui concerne la première phase qui fait l'objet de ce document. Puisque le projet concerne la filière agroalimentaire, son bon déroulement est strictement lié à la saisonnalité de la production agricole.

Aussi, la meilleure période pour le démarrage du projet serait le mois de Juin, de façon à pouvoir utiliser la période de soudure pour la phase préliminaire, d'organisation, sensibilisation, et mise en place des OP et des Cuma, et valoriser au cours du projet deux saisons de forte production (décembre à Mars).

Le chronogramme d'exécution suivant démarre en Juin. Dans le cas où le projet démarrerait à une autre période, il sera toujours possible de réadapter le chronogramme aux exigences du financement (pour simplicité d'exposition, les activités indiquées au par. 2.4 sont parfois réunies par groupes)

Objectif et Activité	Année 1 : 2010-2011				Année 2 : 2011-2012			
	JJA	SON	DJF	MAM	JJA	SON	DJF	MAM
1. Renforcement Femmes								
Création des Cuma	-----	-----						
Formation personnel Cuma		-----						
Sensibilisation et création OP		-----	-----	-----				
Formation productrices		-----		-----	-----			
Renforcement et liaisons OP				-----	-----	-----	-----	-----
2. Mécanisation production								
Test équipement	-----							
Construction outils choisis		-----	-----	-----	-----	-----		
Contrat et octroi outils aux Cuma			-----	-----	-----	-----	-----	-----
Formation conducteurs			-----	-----	-----	-----	-----	-----
Suivi production			-----	-----	-----	-----	-----	-----
3. Stockage et embouteillage								
Location et org. Magasins	-----							
Achat équipements et bouteilles		-----				-----		
Formation à l'activité		-----				-----		
Acquisition et gestion Zomi			-----	-----	-----		-----	-----
4. Marque collective								
Etudes Zomi	-----	-----						
Rédaction cahier de charge	-----	-----			-----	-----		
Formation productrices		-----		-----		-----		-----
Système de contrôle			-----	-----	-----	-----	-----	-----
Elaboration marque	-----							
Test de la marque		-----						
Dépôt de la marque		-----						
Autres test de marché			-----	-----	-----			
5. Commercialisation Zomi								
Etude de marché int/ext	-----	-----						
Promotion et vente		-----	-----	-----	-----	-----	-----	-----
Séminaire national				-----				
Réseau national		-----	-----	-----	-----	-----	-----	-----
Foires internationales				-----	-----	-----	-----	-----
Réseau international				-----	-----	-----	-----	-----
Création entreprise						-----		
Gestion entreprise						-----	-----	-----
6. Enregistrement IG								
Etude produit	-----	-----			-----	-----		
Montage dossier Zomi					-----	-----	-----	
Présentation dossier								-----

La complexité du projet et son impact sur les bénéficiaires peuvent amener à considérer la mise en place d'une deuxième phase du projet, de deux années, qui aurait le but d'élargir et de compléter l'action. Cette hypothèse sera vérifiée pendant la première phase du projet.

3.5 Coûts et financement du projet

Dépenses	Unité	N.	Prix unit €	Prix total €	%	Prix total Fcfa	Contribution
Missions techniques d'appui	n.	8	6.000	48.000	10,72%	31.485.936	8.000
Chargé de Programme	m/h	24	120	2.880	0,64%	1.889.156	
Tech. Transformation	m/h	24	200	4.800	1,07%	3.148.594	
Tech. Commercialisation	m/h	24	200	4.800	1,07%	3.148.594	
Tech. OP Formation	m/h	24	200	4.800	1,07%	3.148.594	
Pers. Ateliers embouteillage	m/h	24x6	100	14.400	3,22%	9.445.781	
Chauffeur	m/h	24	120	2.880	0,64%	1.889.156	
Secrétaire	m/h	24	120	2.880	0,64%	1.889.156	
Frais déplac URP/Urcuma	forfait	1	5.000	5.000	1,12%	3.279.785	
Formation personnel	forfait	1	5.000	5.000	1,12%	3.279.785	5.000
Personnel et formation				95.440	21,31%	62.604.536	
FSA Etude produit et procédé	m/h	6	200	1.200	0,27%	787.148	
Cirad Etude Produit et Procédé	m/h	6	700	4.200	0,94%	2.755.019	
FSA Analyses	forfait	1	3.000	3.000	0,67%	1.967.871	
Etude Commercialisation	m/h	6	500	3.000	0,67%	1.967.871	
Cirad Etude Commerciale	m/h	6	700	4.200	0,94%	2.755.019	
Voyages étudiants	forfait	2	1.000	2.000	0,45%	1.311.914	
Rédaction et Vulgar. Etudes	forfait	1	2.000	2.000	0,45%	1.311.914	2.000
Etudes du Zomi				19.600	4,38%	12.856.757	
OP création	forfait	1	2.000	2.000	0,45%	1.311.914	2.000
Cuma création	forfait	1	2.000	2.000	0,45%	1.311.914	2.000
OP/Cuma Formation	forfait	1	5.000	5.000	1,12%	3.279.785	
OP/Cuma mise en place				7.000	1,56%	4.591.699	
Dépulpeurs-malaxeurs	n.	60	600	36.000	8,04%	23.614.452	3.600
Expérimentation cuiseurs	n.	12	250	3.000	0,67%	1.967.871	300
Mécanisation Zomi				39.000	8,71%	25.582.323	
Atelier d'embouteillage	n.	6	3.000	18.000	4,02%	11.807.226	6.000
Stockage tanks de capacité 1 t	n.	100	100	10.000	2,23%	6.559.570	1.000
Bidons 25 l	n.	600	5,00	3.000	0,67%	1.967.871	
Bouteilles + étiquettes*	n.	100.000	0,40	40.000	8,93%	26.238.280	
Stockage payement huile*	litres	100.000	0,61	60.980	13,62%	40.000.000	
Stockage et Embouteillage Zomi				131.980	29,47%	86.572.947	
Marque commercial Ce.Na.Pi	forfait	1	2.000	2.000	0,45%	1.311.914	
Démarche IGP AOPI	forfait	1	3.000	3.000	0,67%	1.967.871	
Commercialisation	forfait	1	10.000	10.000	2,23%	6.559.570	
Publicité	forfait	1	10.000	10.000	2,23%	6.559.570	
Foires Internationales	forfait	3	10.000	30.000	6,70%	19.678.710	10.000
Marque et Commercialis. Zomi				55.000	12,28%	36.077.635	
Véhicule 4x4 pick up 4 portes	n.	1	30.000	30.000	6,70%	19.678.710	
Gestion véhicule	mois	24	100	2.400	0,54%	1.574.297	
Motos	n.	3	1.000	3.000	0,67%	1.967.871	
Gestion motos	mois	3X24	50	3.600	0,80%	2.361.445	
Bureau Comé	n.	24	200	4.800	1,07%	3.148.594	2.400

Dépenses	Unité	N.	Prix unit €	Prix total €	%	Prix total Fcfa	Contribution
Mise en place bureau	forfait	1	2.000	2.000	0,45%	1.311.914	
Logistique du projet				45.800	10,23%	30.042.831	
Suivi FdU et CIRAD	m/h	24	1.000	24.000	5,36%	15.742.968	6.000
Mission Evaluation externe	n.	1	6.000	6.000	1,34%	3.935.742	
Suivi évaluation				30.000	6,70%	19.678.710	
Frais de mission et de design	forfait	1	12.000	12.000	2,68%	7.871.484	6.000
Identification et Design				12.000	2,68%	7.871.484	
Frais admin FdU	m/h	24	500	12.000	2,68%	7.871.484	
Dépenses Générales				12.000	2,68%	7.871.484	
Total Projet phase 1				447.820	100,00%	293.750.406	54.300
Total Appui demandé				393.520			

Le projet prévoit que la contribution de FdU e des autres partenaires soit € 54.300.

Le budget total demandé pour la mise en place du projet est de

€ 393.520,00

pour deux années, dont € 100.980 en tant que fond de roulement* pour l'achat de bouteilles + étiquettes et pour le paiement d'une avance sur le prix d'achat de l'huile aux productrices.

4. Faisabilité et durabilité

4.1 Stratégie de soutien post-projet

Les unités de transformation et l'entreprise de commercialisation mises en place au cours du projet sont vouées à être pérennes, car autonomes financièrement. Leur intégration dans un réseau sociotechnique leur permet de bénéficier d'un capital social important qui facilitera leur pérennité et leur contrôle par les bénéficiaires et les partenaires locaux du projet.

Les partenaires, opérateurs locaux du projet, bénéficieront d'une méthodologie et d'une expérience qui leur permettront de développer les activités et d'augmenter le nombre de bénéficiaires, s'ils peuvent accéder à un soutien financier pour leur fonctionnement.

4.2 Technologie appropriée

La technologie retenue existe déjà sur le terrain et beaucoup de femmes productrices y ont adhéré. La prestation de services peut être développée par des opérateurs privés – généralement masculin. Le projet a privilégié la gestion partagée des équipements par des CUMA comme élément responsabilisant et de renforcement des capacités des productrices. D'autre part, le projet est très attentif au fait que les femmes productrices doivent garder la maîtrise de la fabrication ; une mécanisation trop poussée pourrait entraîner un transfert de savoir-faire et une éviction de l'activité.

4.3 Protection de l'environnement

Le projet valorise la palmeraie traditionnelle de variété Dura. Il contribue à maintenir un écosystème riche en biodiversité avec des associations de cultures.

4.4 Aspects socioculturels, femmes et développement

Les activités du projet sont essentiellement tournées vers les femmes productrices en vue de renforcer les capacités de négociation vis-à-vis des intermédiaires sur les marchés. Cependant, une meilleure valorisation de l'huile zomi devrait avoir des répercussions positives sur les fournisseurs de noix de palme, les propriétaires et les cueilleurs.

Une reconnaissance des savoir-faire et de l'activité professionnelle des productrices d'huile Zomi, ainsi que leur organisation, renforce le capital social des bénéficiaires.

4.5 Capacités institutionnelles et de gestion

A la fin du projet, les bénéficiaires seront parties prenantes des réseaux des partenaires locaux, URP-MC et URCuma-MC, qui vont continuer les actions. Comme décrit plus haut, ces organisations paysannes ont fait preuve de grandes capacités et bénéficient d'une

expérience, qui leur permet d'enraciner les activités du projet dans le milieu rural du Mono et les poursuivre, grâce à leur réseau en place et au support de leurs partenaires internationaux.

La durabilité institutionnelle des différents volets du projet est organisée comme suit :

- L'Organisation des Productrices de Zomi du Mono est un membre officiel du réseau URP-MC, qui continue à coordonner ses activités, selon son mandat.
- La commercialisation est gérée par une entreprise nouvelle, qui est la propriété des partenaires du projet, qui supervisent son activité. Cette entreprise pourra continuer à s'occuper de la vente du « Zomi du Mono » car elle profite d'un petit surplus sur le prix de vente du produit qui sera établi par les propriétaires. Elle garde une stricte liaison avec les Cuma de stockage et d'embouteillage pour la gestion de la commercialisation, dont elle est l'organisation en charge.
- Les Cumas de transformation jouissent d'une ample autonomie opérationnelle, et sont viables. Elles sont statutairement rattachées à URCuma-MC. L'embouteillage est géré par les Cuma qui sont rattachées à URCuma-MC. L'Union régionale continue de coordonner les activités de toutes les Cumas en place et incite à la création de nouvelles, selon son mandat.

Ce schéma institutionnel, qui va garantir la durabilité du projet, a été agréé par les partenaires lors de la mission de formulation du projet, mais il fera l'objet d'une réflexion approfondie pour être amélioré de manière opérationnelle, au cours du projet.

4.6 Viabilité économique et financière

L'introduction des équipements de transformation est réalisée à crédit, selon le modèle des Cumas. L'intervention demande 10% de contribution initiale aux bénéficiaires, puis l'investissement est remboursé à 100%, dans un temps donné calculé en fonction de la capacité de travail des femmes et la rentabilité de l'opération. Chaque équipement reste la propriété de URCuma-MC jusqu'à la fin du remboursement. S'il n'est pas ou sous utilisé, le matériel sera enlevé aux premiers bénéficiaires et réemployé pour la création d'autres ateliers plus performants.

Les équipements fournis par le projet seront payés par les Cuma à l'URCuma, ce qui générera un fond d'équipement qui pourra être réutilisé selon les mêmes procédures. Cependant des budgets de fonctionnement devront être trouvés auprès de bailleurs de fonds pour la structure en charge de la création de nouvelles Cuma.

La mise en bouteille et la commercialisation du Zomi suivent, dès le début du projet, un modèle d'intervention qui vise la durabilité économique, et fournit les ressources pour sa pérennité. Ainsi, les Cuma d'embouteillage et l'entreprise de commercialisation feront payer leurs services de manière à couvrir leurs coûts de gestion.

Les ateliers de stockage et d'embouteillage stockent le produit remis par les productrices. Ce stock « tampon » nécessaire à la commercialisation en bouteille, permet aux ateliers de disposer d'un « capital » huile qui va se valoriser par le mécanisme d'augmentation de prix de la période de production à la période de soudure. Le surplus de revenu, obtenu par la vente en bouteille ou en gros, reviendra aux productrices membres de la Cuma, après déduction des coûts de commercialisation et des éventuels investissements de la Cuma et de l'entreprise de commercialisation.

Le chiffre d'affaires de cette activité pendant la première phase du projet, qui fait l'objet de ce document, devrait être de l'ordre d'environ 100.000.000 Fcfa par année. Compte tenu de l'estimation des coûts de gestion des ateliers et de la structure de commercialisation en régime de croisière, nous estimons que cette activité commerciale pourra assurer des ressources suffisantes pour garantir la durabilité du projet.

Ainsi, les diverses entités techniques et économiques du projet sont vouées à atteindre le point de viabilité au cours du projet.

Cependant, il est aussi envisageable que les Cuma d'embouteillage et le bureau commercial puissent augmenter leur activité. C'est donc la responsabilité du projet et en particulier, après sa relève, des partenaires locaux du projet, d'effectuer les investissements nécessaires, et de se rattacher au système de crédit, pour augmenter leurs capacités de marché et atteindre une production plus importante.

Avec un nombre de 600 bénéficiaires pour une production de 200.000 bouteilles de Zomi, nous pouvons estimer que chaque productrice pourra commercialiser en moyenne 330 litres d'huile à travers le projet au cours des deux années. Nous estimons que la vente de cet huile en bouteille (ou en partie en gros en période de soudure pendant la première année du projet) et sous marque pourra rapporter à chaque femme productrice un surplus de bénéfice important, qu'on peut estimer à environ 20.000 Fcfa par année, et qui augmentera en même temps que les quantités commercialisées.

5. Suivi et évaluation du projet

5.1 Suivi du projet

Le coordonnateur local du projet a la responsabilité du suivi du projet. Un rapport d'avancement du projet sera effectué à la fin de chaque mois à partir des fiches de suivi. Des missions d'appui sur le terrain seront effectuées par Fratelli dell'Uomo Italie et Cirad, au nombre de 8 dans les deux années du projet, soit en moyenne une mission par trimestre.

Le tableau de bord de suivi avec ses indicateurs est proposé ci-dessous. Un tableau de bord des activités sera élaboré en fonction du plan d'action trimestriel élaboré lors de la mission de supervision.

Objectifs spécifiques	Résultats	Indicateurs de suivi	Sources
renforcement des capacités des femmes productrices d'huile Zomi	30 + 6 Cuma sont créées et fonctionnent	N. de Cuma créées N. de membres actifs N. de personnes formées N. de prestation	Visite de terrain, Enquête, rapport UR Cuma, Comptes Cuma
	OP huile Zomi fonctionne	N. associations communales créées N. de membres actifs N. de personnes formées	Visite de terrain, Enquête, rapport UR Cuma, Comptes Cuma
mécanisation du processus de fabrication	60 malaxeurs-défibreurs + 12 cuiseurs sont gérés par les Cuma	N. d'équipements en fonction N. d'utilisateurs N. de prestation Litres huiles	Visite de terrain, Enquête, rapport UR Cuma, Comptes Cuma
Dispositif de stockage et d'embouteillage	6 unités d'embouteillage et de stockage de Zomi fonctionnent	Nombre d'unités en fonction Nombre d'utilisateurs Litres huiles Nombre de bouteilles	Visite de terrain, Enquête, rapport UR Cuma, Comptes Cuma
	Vente de Zomi hors saison 200.000 litres	N. de bouteilles produites Modalités stockage Litres vendus en gros	Visite de terrain, Enquête, rapport UR Cuma, Comptes Cuma
construction d'une marque collective	les caractéristiques physico-chimiques et sensorielles	Etude réalisée et publiée	Visite de terrain, Enquête, rapport UR Cuma, Comptes Cuma
	Le cahier des charges et le guide de bonnes pratiques sont suivis	Cahier des charges et guide existent N. de formations N. personnes formées	Visite de terrain, Enquête, rapport UR Cuma, Comptes Cuma
	La marque collective existe et est utilisée	Marque déposée au Cenapi Litres Zomi vendus sous marque	Comptes de l'entreprise, comptes clients
commercialisation de l'huile Zomi dans les nouveaux circuits de commercialisation	Etude approfondie du marché du Zomi	Etude réalisée et publiée Un plan marketing existe	Documents spécifiques
	l'entreprise de commercialisation fonctionne	Enregistrement de l'entreprise Volume vendu Nombre de clients L'entreprise fait des bénéfices Le CA fonctionne	Comptes de l'entreprise, comptes clients, CR des CA
Enregistrement d'une Indication géographique	Enregistrement d'une Indication géographique	Etudes réalisées Enregistrement de l'IG	Documents d'enregistrement

5.2 Evaluation du projet

L'évaluation du projet est basée sur un *panel study*, composée par une étude ex-ante et ex-post. Cette étude intègre une étude expérimentale d'impact, basée sur la comparaison entre les villages qui ont fait l'objet de l'intervention et des villages, situés dans la même zone, qui n'ont pas été directement touchés par le projet.

L'évaluation de la situation de départ (évaluation ex-ante) est effectuée par les responsables du suivi et l'équipe en place, et se base surtout sur les études sur l'huile Zomi et sur son marché. L'évaluation de la situation finale du projet est effectuée par un évaluateur professionnel identifié par Fratelli dell'Uomo, qui travaillera en stricte collaboration avec l'équipe en place, les autres institutions concernées, et les bénéficiaires. Pour l'étude d'impact, un échantillon de productrices de villages non touchées par le projet fera partie de l'étude.

Les indicateurs d'évaluation seront définis en détail par l'évaluateur. Nous indiquons ici quelques lignes de recherche pour bien évaluer les résultats et l'impact du projet:

1. Organisations de 1^{er} et 2nd niveau et formation
 - Type d'institution en place, son organisation, adhésion, démocratie interne, efficacité
 - Réseaux institutionnels de référence, mécanismes de liaison et d'autonomie
 - Durabilité de l'institution mise en place, mécanismes économiques de support, flexibilité
 - Nombre de formations effectuées, nombre de participantes
 - Amélioration générale et standardisation de la qualité du Zomi à l'échelle régionale
2. Mécanisation des procédés
 - Quantité et viabilité économique, environnementale, socio - culturelle, des technologies appropriées vulgarisées par le projet
 - Remboursement des crédits; taux de reproductibilité des interventions
3. Etudes du produit et marque
 - Quantité et qualité des études concernant le produit, les procédés de production, la situation commerciale
 - Qualité et efficacité du cahier des charges
 - Qualité et efficacité du dossier Zomi pour l'indication géographique
 - Efficacité de la marque et de la stratégie commerciale
4. Mise en bouteille et commercialisation
 - Connaissance du produit par les consommateurs, quantité et qualité de nouveaux circuits mis en place
 - Quantité de bouteilles vendue, rentabilité pour les ateliers et pour les productrices
 - Impact du projet sur les prix du produit en vrac

- Durabilité des ateliers d'embouteillage; efficacité de leurs activités secondaires tel que stockage et le crédit à l'achat des noix pour les femmes; degré de satisfaction des productrices

En Général

- Nombre et caractéristiques des bénéficiaires directes du projet
- Nombre et qualité (en termes de performance opérationnelle) des interventions
- Qualité de la méthode de vulgarisation (niveau de participation des bénéficiaires, efficacité)
- Reproductibilité du projet dans d'autres zones

6. Conclusions et propositions

En fonction des résultats du projet, il pourra être envisagé l'étude d'une deuxième phase, encore de deux années, qui aurait pour but d'élargir et de compléter l'action. Les activités principales de cette deuxième phase pourraient être les suivantes :

- Elargir l'intervention aux villages du Mono qui n'ont pas été inclus dans la première phase
- Augmenter et consolider la commercialisation, surtout à l'export
- Stimuler l'aménagement de la palmeraie naturelle, qui est aujourd'hui assez dégradée
- Etendre le projet à la zone Sud - Est de la région Maritime du Togo qui, comme le Mono, produit le Zomi.

L'hypothèse de mise en place de la deuxième phase sera vérifiée pendant la première phase du projet.

Comé, 3 mars 2010